

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Suatu perusahaan pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dan keuntungan (laba). Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat laba, antara lain: biaya produksi, volume penjualan, kompetitor (pesaing) dan harga jual. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan. Pihak manajemen tentunya akan berusaha mencapai tujuan perusahaan untuk memperoleh laba dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Banyak faktor yang sangat diperlukan oleh pihak manajemen ketika menjalankan tugas dan fungsinya. Salah satu faktor tersebut adalah kebutuhan akan informasi. Informasi adalah data yang telah diproses untuk kegunaan perencanaan dan pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi.<sup>1</sup> Manajemen seringkali menemukan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan untuk pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan. Maka dari itu manajemen memerlukan informasi khusus untuk memenuhi tujuan tertentu pihak manajemen tersebut. Kebutuhan akan informasi tersebut dapat dipenuhi dengan adanya sistem informasi akuntansi manajemen.

Sistem informasi akuntansi manajemen adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (output) dengan menggunakan masukan (input) dan memprosesnya untuk mencapai tujuan khusus manajemen.<sup>2</sup> Salah satu tujuan

---

<sup>1</sup> Sadono Sukirno, et al, Pengantar Bisnis, Kencana, Jakarta, 2006, hlm.275

<sup>2</sup> Hansen, Don R, *Akuntansi Manajemen*, Erlangga, Jakarta, 1999, hlm. 4

umum dari sistem akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan. Salah satu peran penting informasi akuntansi pada sebuah organisasi adalah dalam pengambilan keputusan untuk penentuan harga jual. Pengambilan keputusan untuk menentukan harga jual dari produk perusahaan merupakan masalah manajemen yang tidak kalah penting dengan masalah-masalah akuntansi lainnya. Masalah ini seringkali sangat rumit dan sulit dalam menentukan keputusannya. Terutama apabila permasalahan ini terjadi dalam sebuah pasar yang keadaan persaingannya ketat, keputusan paling sulit yang harus diambil oleh pimpinan perusahaan adalah penentuan harga jual.

Penentuan harga jual seringkali tidak bisa apabila hanya dilakukan pengambilan keputusan penentuan satu kali untuk kemudian digunakan seterusnya. Tentunya perlu dilakukan beberapa kali evaluasi dan revisi supaya harga jual yang ditentukan benar-benar dapat digunakan sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Menurut Mas'ud Machfoedz Penentuan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan misalnya: kerugian yang terus menerus atau menimbunnya hasil produksi di gudang karena macetnya pasaran.<sup>3</sup> Keputusan penentuan harga jual merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Keputusan penentuan harga jual yang terlalu rendah akan memberikan laba yang terlalu rendah pula bagi perusahaan.

---

<sup>3</sup> Mas'ud Machfoedz, *Akuntansi Manajemen*, BPFE, Yogyakarta, 1991, hlm. 241

Sehingga lama-kelamaan akan mengurangi minat untuk melakukan investasi baru bagi perusahaan tersebut, bahkan mungkin saja akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan apabila biaya-biaya yang diperlukan mengalami peningkatan sedangkan harga jual tidak berubah. Apabila harga jual yang ditetapkan terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing perusahaan akan dapat mengakibatkan konsumen (pelanggan) mungkin lari ke produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing apabila perusahaan pesaing dapat menawarkan produk sejenis dengan kualitas yang relatif sama dan harga yang cenderung lebih rendah. Apabila terjadi demikian maka hal ini akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing di pasaran. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan yang lebih relevan dalam penentuan harga jual yang lebih tepat.

Penawaran dan permintaan biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga tetapi penetapan harga jual yang menguntungkan bagi perusahaan memerlukan pertimbangan atas biaya. Pada kenyataannya, pertimbangan perusahaan dalam keputusan penentuan harga jual seringkali belum tepat karena banyak perusahaan yang menentukan harga jual produk mereka tidak berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar, bahkan banyak perusahaan yang hanya menggunakan perhitungan dari pemiliknya dalam menentukan harga jual. Maka dari itu tidak mengherankan apabila banyak perusahaan yang kemudian gulung tikar karena penghasilan dari penjualan produk atau jasa mereka tidak dapat menutup seluruh biaya produksi dan menghasilkan laba bagi yang diharapkan.

PT Hilman Primakarya Indonesia merupakan perusahaan dagang yang bergerak sebagai penjual mur, baut dan ring. PT Hilman Primakarya Indonesia tidak memproduksi sendiri produk yang dijual, perusahaan membeli produk dari pemasok yang ada dipasar. Dalam menetapkan harga jual barang dagangan, pemilik perusahaan hanya berpedoman pada harga beli ditambah sejumlah taksiran laba yang diharapkan. Taksiran laba tersebut ditentukan dengan persentase, untuk konsumen lama perusahaan menaksirkan laba sebesar 25% sedangkan untuk konsumen baru perusahaan menaksirkan laba 35%. Penentuan persentase tersebut berdasarkan perhitungan dari pemilik perusahaan saja tidak berdasarkan perhitungan-perhitungan yang seharusnya dilakukan. Hal ini dapat menyebabkan kesalahan penentuan persentase taksiran laba yang ditetapkan.

Besarnya laba yang diperoleh perusahaan ditentukan atas dasar taksiran laba sehingga laba yang diperoleh belum mencapai pada tingkat laba yang ditargetkan. Untuk mencapai laba yang diinginkan, perlu ditunjang dan didukung analisis perhitungan untuk menetapkan harga jual barang dagangan. Jika dilihat dari jenis usahanya terdapat sebuah metode penentuan harga jual yang cocok untuk perusahaan tersebut yang lebih relevan perhitungannya. Metode penentuan yang cocok untuk perusahaan tersebut adalah metode *gross margin pricing*. Metode penentuan harga jual dengan *gross margin pricing* pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan di mana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGUNAAN METODE *GROSS MARGIN PRICING* DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK PADA PT HILMAN PRIMAKARYA INDONESIA”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Apakah yang digunakan untuk menentukan harga jual di PT Hilman Primakarya?
2. Apakah penetapan harga jual dengan metode *Gross Margin Pricing* menghasilkan harga jual yang lebih rendah atau lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui metode yang digunakan oleh perusahaan dalam menetapkan harga jual mur dan baut
- b. Untuk mengetahui besarnya harga jual mur dan baut dengan menggunakan metode *Gross Margin Pricing* pada PT Hilman Primakarya Indonesia.

## 2. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulis adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis untuk menerapkan metode atau ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan dapat berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan antara teori dan praktik yang ada;
- b. Bagi perusahaan dapat menjadikan metode *Gross Margin Pricing* sebagai alternatif dalam menetapkan harga jual perusahaan;
- c. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti berikutnya dan memberikan manfaat dalam menambah ilmu pengetahuan;
- d. Penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai penggunaan metode *Gross Margin Pricing*